

- Faculté des sciences économiques
- www.unine.ch/seco

Information et communication: acteurs, missions et espace public (5AJ2115)

Filières concernées	Nombre d'heures	Validation	Crédits ECTS
Master en journalisme et communication, orientation création de contenus et communication d'intérêt général	Cours: 2 ph	Voir ci-dessous	3
Master en journalisme et communication, orientation journalisme	Cours: 2 ph	Voir ci-dessous	3

ph=période hebdomadaire, pg=période globale, j=jour, dj=demi-jour, h=heure, min=minute

Période d'enseignement:

- Semestre Automne

Equipe enseignante

Stephan Klapproth Patrick Nussbaum
Académie du journalisme et des médias
Rue A.-L. Breguet 2
2000 Neuchâtel
Tél. 032 718 1476

stephan.klapproth@unine.ch ou klapproth@gmx.ch

Contenu

Analyser et illustrer à l'aide de 'case studies' actuels et historiques si les acteurs différents (Etat, société civile, acteurs économiques, médias sociaux) suivent/devraient suivre des stratégies de communication divergentes. Définir (avec différentes théories de la société à l'appui) quelle logique du débat public serait adéquate dans une société démocratique. Identifier des stratégies communicationnelles adéquates et efficaces.

Forme de l'évaluation

Contrôles continus
Rattrapage : travail écrit à remettre avant le 1er jour de la session.

Documentation

Lectures théoriques choisies et distribuées de cours en cours censées élucider les 'case studies'. Articles de journaux, émissions de radio et télévisions, sites web.

Pré-requis

Formation bachelor

Forme de l'enseignement

Cours dialogique donné en 'team teaching' par deux professionnels/anciens responsables de médias télévisuelles et radiophoniques. Forte interaction avec les étudiantes et étudiants durant les sessions d'enseignement.

Objectifs d'apprentissage

Au terme de la formation l'étudiant-e doit être capable de :

- Questionner des actes/approches de communication efficaces mais potentiellement néfastes dans l'espace public
- Montrer les logiques de communication qui découlent des différentes conceptions du contrat social qui fonde une société donnée
- Interpréter la logique profonde des actes de communication de différents acteurs sociétaux
- Résoudre des situations communicationnelles complexes
- Distinguer des logiques du débat public adéquates et non adéquates pour une société démocratique
- Illustrer pratiquement des théories
- Concevoir de stratégies communicationnelles efficaces et adéquates pour acteurs 'publiques' (Etat, ONG, etc.)

Compétences transférables

- Faculté des sciences économiques
- www.unine.ch/seco

Information et communication: acteurs, missions et espace public (5AJ2115)

- Captiver l'attention publique par des méthodes rhétoriques adéquates et adaptées
- Expérimenter avec des approches communicationnelles sortant des sentiers battus